



FAIRE WOCHE  
24.09. - 30.09.2001



FAIRE WOCHE DOKUMENTATION

	<b>Seite</b>
<b>Einleitung</b>	3
<b>Konzept</b>	4
<b>Materialien zur Fairen Woche</b>	5
<b>Die Faire Woche im Überblick</b>	5
<b>Bundesweite Aktionen des Bündnisses</b>	6
• Auftaktpressekonferenz	6
• Empfang bei Bundespräsident Rau	6
• Abschlussveranstaltung	6
• Produzentenrundreise	7
<b>Einzelkampagnen und -aktionen innerhalb der Fairen Woche</b>	8
• „Deutschland frühstückt fair!“	8
• „Be professional!“	8
• Mangos gegen Kindesmissbrauch	9
• Informations- und Ausschankaktionen rund um den Supermarkt	9
• Aktionen des Handels	10
• Faire Produkte in die Kantinen!	11
• Aktionen in den Schulen	12
• Faire Woche und Kultur	13
• Potpourri der Aktionsvielfalt	14
<b>Fremdpublikationen</b>	15
<b>Zitate prominenter Unterstützer zur Fairen Woche</b>	16
<b>Presse</b>	17
<b>Presseschlagzeilen</b>	18
<b>Evaluierung und Ausblick</b>	19

## **Impressum:**

Herausgeber Faire Woche Bündnis

Remigiusstr. 21 · 50937 Köln

V.i.S.d.P.: Dieter Overath, Geschäftsführer TRANSFAIR

Redaktion: Kathy Ziegler und Claudia Brück

Layout: dreimalig Werbeagentur · Köln

Druck: Otto Häuser KG · Köln

Hergestellt mit freundlicher Unterstützung des Bundesministeriums für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), des Evangelischen Entwicklungsdienstes (EED) gefördert durch den Ausschuss für Bildung und Publizistik (ABP) und dem bischöflichen Hilfswerk MISEREOR.

Unter dem Motto „Für alle das Beste – Fairer Handel“ fand vom 24. bis 30. September 2001 die erste bundesweite Aktionswoche für den Fairen Handel statt.

Ziel der Fairen Woche war es, den Fairen Handel bekannter zu machen und mehr Menschen dazu zu bewegen, fair gehandelte Waren einzukaufen. Der Faire Handel ermöglicht ProduzentInnen und Kleinbauernfamilien in den Ländern der südlichen Hemisphäre eine gerechtere Entlohnung. Die Produzentengruppen, meist Genossenschaften, Kooperativen und Arbeitervertreter, können so aus eigener Kraft ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen verbessern.

In diesem Sinne versteht sich der Faire Handel als verlässlicher Partner für mehr Gerechtigkeit in den Handelsbeziehungen. Damit fördert er nicht nur soziale Gerechtigkeit in den Produzentenländern sondern auch unter Entwicklungs- und Industrieländern. Der schonende Umgang mit den natürlichen Lebensgrundlagen ermöglicht zunehmend die Umstellung auf biologischen Landbau; ein wichtiger Schritt für eine nachhaltige Entwicklung.

Die Faire Woche veranstalteten die Siegelinitiative TRANSFAIR e.V., das Fair Handelshaus gepa, der Weltladen-Dachverband, BanaFair e.V., dritte-welt partner, Fair Trade e.V. und El Puente. Weiterhin beteiligten sich die beiden großen Kirchen, TRANSFAIR-Mitgliedsorganisationen und -Lizenznehmer, Weltläden und Handelsunternehmen, Agenda-Gruppen, Jugendorganisationen und viele Prominente wie Bundespräsident Johannes Rau, Entwicklungsministerin Heidemarie Wiczorek-Zeul, die Tatort-Kommissare Dietmar Bär und Klaus Behrendt, sowie zehn ProduzentenvertreterInnen aus Afrika, Asien und Lateinamerika.

Ermöglicht wurde die Aktionswoche durch die finanzielle Unterstützung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, des Evangelischen

Entwicklungsdienstes, des Bischöflichen Hilfswerks Misereor, des Deutschen Entwicklungsdienstes und der Carl Duisberg Gesellschaft.

Der Erfolg der Fairen Woche beruhte maßgeblich auf den bundesweit vielfältigen Aktionen, die die engagierten BefürworterInnen und FreundInnen des Fairen Handels in den jeweiligen Umfeldern mit Leben gefüllt haben. Die phantasievolle Vielzahl hat die Erwartungen weit übertroffen.

**Ein herzliches Dankeschön an alle, die engagiert die Faire Woche mitgestaltet haben.**

Auf den folgenden Seiten werden die Zielsetzung, Konzeption und einige exemplarischen Höhepunkte der Fairen Woche vorgestellt. Eine vollständige Dokumentation der über 1.000 Aktionen ist in diesem Rahmen leider nicht möglich.

Diese Dokumentation ist mit der Hoffnung verbunden, das erfolgreiche Konzept der Fairen Woche zu analysieren und für eine Wiederholung – z.B. im Jahre 2003 – weiterzuentwickeln.



FAIRE WOCHE  
2001

FÜR ALLE DAS BESTE  
FAIRER HANDEL



Erstmals fanden sich die wichtigsten Akteure des Fairen Handels zusammen, um eine gemeinsame Aktionswoche zu gestalten. In den ersten Vorbereitungstreffen wurden folgende Zielsetzungen definiert:

- Verstärkte Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit soll den Fairen Handel stärker in das Bewusstsein der BürgerInnen bringen.
- Das Profil des Fairen Handels soll geschärft werden, z.B. durch die Positionierung der Fairhandelsprodukte als Premium- und Bioqualitäten.
- Die fair gehandelten Produkte sollen in einem eng umrissenen Zeitraum in das Zentrum des Verbraucherinteresses gerückt werden.
- Dadurch soll der Absatz fair gehandelter Produkte gesteigert werden.

Die Veranstalter setzten die Rahmenbedingungen der Fairen Woche durch ein aussagekräftiges Logo und einen Slogan, mit denen alle Publikationen der gemeinsamen Aktionswoche gestaltet wurden. Zusätzlich wurde eine gemeinsame Eröffnungs- und Schlussveranstaltung geplant. Damit wurde eine große bundesweite Öffentlichkeit erreicht und gleichzeitig die Pressearbeit der lokalen Akteure erleichtert.

Um der heterogenen Struktur des Fairen Handels gerecht zu werden, einigten sich die Veranstalter auf eine dezentrale Aktionsstruktur.

Dabei wurde auf die Internettechnik zurückgegriffen und eine eigene Faire Woche-Homepage konzipiert. Sie wurde von den Bündnispartnern und unterstützenden Organisationen über direkte Links bekannt gemacht.

Die Homepage stellte den Aktionszeitraum und die Veranstalter vor, erklärte die Zielsetzung des Fairen Handels, zeigte eine Vielzahl von Aktionsvorschlägen und bot eine Bestellmöglichkeit für die Informations- und Aktionsmaterialien. Herzstück der Kommunikationsplattform war der Veranstaltungskalender, auf den alle Internetbenutzer Zugriff hatten und der von den Aktiven selber gepflegt wurde. So wurde das Unterstützerfeld auf allen Ebenen angesprochen.

Alle unterstützenden Organisationen bezogen die Faire Woche in die alltäglichen Aufgaben ein und entwickelten darüber hinaus eigene Aktionsideen, die mit viel Energie und Arbeitsaufwand umgesetzt wurden.

Das TRANSFAIR-Büro koordinierte die bundesweite Aktionswoche zwischen den Bündnispartnern und den UnterstützerInnen. Es war die zentrale Anlaufstelle für alle Fragen rund um den Fairen Handel und die Aktionswoche. Hier wurde die Faire Woche-Homepage ständig aktualisiert, Informationen zusammengestellt und weitergeleitet, Diskussionen gebündelt, Budgetplanung durchgeführt und hunderte von Kampagnenpakete mit Informationen, Plakaten, Giveaways und Displays verschickt. Um diese Aufgaben zu bewältigen, wurde für 12 Monate ein Mitarbeiter über einen DED-Inlandsvertrag angestellt.

Die Faire Woche profitierte von dem Besuch von über 100 Produzentinnen und Produzenten aus Afrika, Asien und Lateinamerika, die an dem ersten World Fair Trade Forum kurz vorher in Lingen/Ems teilnahmen. Dies ermöglichte eine große Präsenz der ProduzentenvertreterInnen in der Fairen Woche.



Screenshot von der Fairen Woche Homepage



Folgende Materialien entwickelten die Veranstalter für die gemeinsamen Aktionen:

Faltblätter:

- Allgemeine Faire Woche Informationen
- Zur aktuellen Kaffee-Krise
- Fairer Handel und Bio

Plakate:

- Aktionsplakat Faire Woche mit Eindrucks-möglichkeit, DIN A2 und DIN A1
- Plakat Fairer Handel und Bio

Giveaways:

- Kaffeeproben á 30g
- Schokoladentäfelchen á 5g

Leitfäden und Aktionsaufrufe:

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Großverbraucheraufruf mit entsprechender Antwort-Postkarte
- Agenda-Kaffees – von der Planung bis zur Einführung
- Leitfaden zur Aktionsplanung für Weltläden und Aktionsgruppen

Diverses:

- CD-ROM mit Corporate Identity Motiven
- Broschüre „Eine Reise durch die Weltwirtschaft“

Darüber hinaus entwickelten die einzelnen Bündnispartner weiterführende Aktionsmaterialien, wie z.B.

- Aktionsmappe für Verkostungen in Supermärkten von TRANSFAIR
- Aktionsmappe für „Deutschland frühstückt fair!“ von gepa
- Materialien zum Wettbewerb „Be professional!“ des Weltladen-Dachverbandes

Mit freundlicher Unterstützung der Carl-Duisberg-Gesellschaft stellte TRANSFAIR Materialien für den Großverbraucherbereich bereit.

- Kommunikationsmappen für engagierte Einzelpersonen und Entscheidungsträger
- Trainer-Leitfaden mit Folieneinsatz, Schulungsvideo, Mini-Broschüren für die Ange-

stellten im Kantinenbereich und in der Gastronomie

- Deckenabhängiger, Tischaufsteller, Tropfdeckchen, Aufkleber als Dekorationsmaterial



### Die Faire Woche im Überblick

Die Vielfalt und Kreativität der Aktionen, die in ganz Deutschland mit viel Engagement durchgeführt wurden, haben die Erwartungen der Initiatoren der Fairen Woche bei weitem übertroffen. Im Folgenden ermöglicht die exemplarische Darstellung eine kleine Zusammenfassung der Fairen Woche.

Das ermittelte Zahlenmaterial gibt einen Hinweis auf die Dimension der veranstalteten Aktionen.

- Auf die Aktionshomepage [www.fairewoche.de](http://www.fairewoche.de) wurde 2.640.000 Mal zugegriffen.

- 20 Produzentinnen und Produzenten aus Afrika, Asien und Lateinamerika besuchten bundesweit 110 Veranstaltungen.

- Allein die TRANSFAIR-Mitgliederorganisationen veranstalteten 800 Aktionen.

- 215 Gruppen und Weltläden luden zum Fairen Frühstück ein.

- 600 der 850 Weltläden engagierten sich während der Fairen Woche.

- 5.000 Geschäfte beteiligten sich, unter anderem Metro, Spinnrad, Tegut, Edeka, Globus und REWE.

- 1.000 VW-Mitarbeiter probierten den ersten firmeneigenen Kaffee mit dem TRANSFAIR-Siegel.

- Es wurden insgesamt 250.000 Faire Woche Faltblätter, 100.000 Kaffee-Flyer, 7.000 Großverbraucherinformationen, 32.000 Plakate, 100.000 Minischokoladchen, 50.000 Kaffeeproben und 7.500 Aktionsleitfäden in Umlauf gebracht.



## 1. Auftaktpressekonferenz in Berlin

Die Entwicklungsministerin Heidemarie Wiczorek-Zeul eröffnete die Faire Woche auf der bundesweiten Pressekonferenz am 21. September 2001 in Berlin. Als Schirmherrin forderte sie die Politiker der Industrieländer auf, für gerechtere Handelsbeziehungen mit den Ländern in Lateinamerika, Afrika und Asien einzutreten. Durch die Ereignisse in New York und Washington sei allen auf schreckliche Weise deutlich geworden, dass wir alle in Einer Welt leben. Sie appellierte an die Bürgerinnen und Bürger, das Angebot der Fairen Woche wahrzunehmen und mehr fair gehandelte Produkte einzukaufen. Das Entwicklungsministerium stellte nach der Pressekonferenz die Faire Woche auf der eigenen Homepage vor.



**Ministerin Wiczorek-Zeul im Gespräch mit Claudia Brück (TRANSFAIR) und Victor Perezgrovas (Unión Majomut) vor dem Fairmobil in Berlin** • Foto: Michael Jaspers

## 2. Empfang bei Bundespräsident Johannes Rau

Bundespräsident Johannes Rau empfing am 25. September 2001 im Schloss Bellevue die Welt des Fairen Handels. Ruplal Rai und Raja Menon von der indischen Teeplantage Mankaibari Tea Estate; sowie Affonso Flach als Vertreter der brasilianischen Orangepflücker und Stanley Maniragaba, der Vertreter der ugandischen Kaffeebauern, überreichten Bundespräsident Johannes Rau beim Empfang im Schloss Bellevue ihre eigens gepflückten Rohstoffe.

Der Empfang war nicht nur eine symbolische Aktion. Seit Dezember 1999 werden den



**Norbert Dreßen, Raja Menon, Ruplal Rai und Affonso Flach überreichen Bundespräsident Rau fair gehandelte Produkte** • Foto: Christian Dietsch

Staatsgästen im Schloss Bellevue und in der Villa Hammerschmidt nur Kaffee, Tee und Orangensaft mit dem TRANSFAIR-Siegel serviert. Die ausgezeichnete Qualität der Getränke habe diese Entscheidung schnell bestätigt. Es wurden bislang 35.000 Tassen Kaffee, 4.000 Tassen Tee und 8.000 Gläser Orangensaft ausgeschenkt. „Für das ein oder andere Tässchen Kaffee bin ich verantwortlich,“ so der Bundespräsident.

## 3. Abschlussveranstaltung auf dem Hansefest in Neuss

Die Faire Woche ging mit einem bunten Programm am 29. September 2001 auf dem Neusser Hansefest zu Ende. Der Journalist Jean Pütz moderierte durch ein unterhaltsames und informatives Bühnenprogramm. Die NRW-Umweltministerin, Bärbel Höhn, besuchte als Ehrengast das Fest



**Die Moderatoren Jean Pütz und Dieter Overath prüfen mit einem Quiz das Fairhandelswissen von Umweltministerin Bärbel Höhn und Herbert Napp, Bürgermeister in Neuss.** • Foto: NEWI



**Neusser kfd-Raupe** • Foto: NEWI

und stellte bei einem „fairen“ Quiz ihr Wissen über den Fairen Handel unter Beweis.

Im Rahmen der Festveranstaltungen erhielt der Bürgermeister Herbert Napp die Aus-



**Manfred Holz (NEWI), Norbert Dreßen (Vorstand TRANSFAIR) und Bürgermeister Herbert Napp präsentieren das Faire Hauptstadtswappen** • Foto: Lore v.d. Linde

zeichnung „Hauptstadt des Fairen Handels“ für das Engagement der Stadt. In Neuss trinkt der Rat seit Jahren in allen Sitzungen fair gehandelten Kaffee. Der Bürgermeister wirft im Karneval faire Kamelle, Jubilare erhalten faire Präsentkörbe und Schul- und Martinstützen enthalten faire Schokolädchen. So viel Engagement für den Fairen Handel ist vorbildlich.

Die Veranstalter hoffen, dass viele Kommunen dem guten Beispiel folgen werden.

Die Neusser Gruppe der katholischen Frauengemeinschaft Deutschlands (kfd) zog als „Raupe“ durch die Veranstaltung und informierte das Publikum lautstark als bewegliche Plakatwand über den Fairen Handel.



„In Mexiko verlassen angesichts der historisch tiefen Weltmarktpreise für Kaffee wöchentlich rund 500 Familien ihre Felder. Jetzt ist der Faire Handel wichtiger denn je. Ohne ihn würden wir keinen Kaffee mehr anbauen“, so Victor Perezgrovas von der mexikanischen Kaffeegenossenschaft Unión Majomut. • Foto: M. Jaspers

Um den Bürgerinnen und Bürgern den Fairen Handel nahe zu bringen, reisten 20 Produzentenvertreter aus Afrika, Asien und Lateinamerika durch Deutschland und besuchten rund 110 Veranstaltungen.

Victor Perezgrovas von der mexikanischen Kaffeegenossenschaft Unión Majomut nahm an der Auftaktpressekonferenz in Berlin teil. Er betonte: „Bei der derzeitigen Kaffeekrise könnten wir ohne den Fairen Handel keinen Kaffee mehr anbauen.“



**Weltläden Durmersheim:** Carolina Valarezo (ganz links), Verantwortliche für Bildungsarbeit bei UROCAL/Ecuador, im Gespräch mit interessierten MitarbeiterInnen; rechts neben ihr: die Bundestagsabgeordnete Nicolett Kressl • Foto: BanaFair

Carolina Valarezo von der Bananenkooperative UROCAL in Ecuador besuchte auf Einladung von BanaFair mehrere Weltläden in Süddeutschland und informierte über die Situation der Plantagenarbeiterinnen.

Joaquin Vásquez, Präsident von UROCAL, unterstützte tatkräftig die Münsteraner Weltläden bei ihren Aktionen.



**Joaquin Vásquez rechts im Bild mit der Münsteraner Schuldezernentin Helga Boldt links** • aus „Westfälische Nachrichten“ 05.10.01

Jorge Barralaga, der Präsident des lateinamerikanischen Kleinbauernverbandes FRENTE SOLIDARIO und der honduranischen Kaffeekooperative CARCUCIL, frühstückte zusammen mit den beiden Kölner Tatort-Kommissaren „Ballauf“ und „Schenk“ im Kölner Weltladen.

Den großen Medienauftritt nutzte Jorge Bar-



**Jorge Barralaga** • Foto: Claudia Brück, TRANSFAIR

ralaga, um auf die verheerende Situation der Kaffeebauern hinzuweisen. „Immer mehr Bauern müssen ihre Felder verlassen: Die Niedrigpreise an der Börse lassen es nicht zu, dass wir die Produktionskosten decken können“, klagte Jorge Barralaga an. Als Mitglied der „Be professional!“-Jury besuchte er die ausgezeichneten Weltläden.

Gabriel Ulomi, Vertreter einer Kaffeekooperative in Tansania, eröffnete in Oldenburg gemeinsam mit Bischof Peter Krug die Faire Woche.

Bei einer Festveranstaltung zum Erntedank reiste Ulomi nach Eltern. Dort bedankte er sich bei dem Kolpingwerk des Diözesanverbands Münster für ihr Engagement und machte ihnen Mut, sich auch in schweren Zeiten für den Fairen Handel einzusetzen.

Zum Abschluss der Fairen Woche besuchte er das Neusser Hansefest und nahm gemeinsam mit Franz Niehoff, Jean Pütz und Dieter Overath am Kaffeetalk auf der großen Festbühne teil.

Der Diözesanverband Köln war besonders aktiv. Er organisierte 20 Informationsveranstaltungen mit Produzentenvertretern in Schulen und Gemeindesälen rund um Köln.



**Gabriel Elifasi Ulomi rechts im Gespräch mit Bischof Peter Krug links** • aus „Nordwest-Zeitung“ 27.09.01



## „Deutschland frühstückt fair!“

Unter dem Motto „Deutschland frühstückt fair!“ organisierte das Fair Handelshaus gepa eine bundesweite Frühstücksaktion. Ziel war, prominenten Personen einen Korb mit fair gehandelten Produkten zu überreichen oder sie zum Frühstück einzuladen, um auf den Fairen Handel aufmerksam zu machen. 215 Weltläden und Aktionsgruppen beteiligten sich daran, etwa 7000 Frühstückskörbe mit Kaffee, Tee, Honig und Orangensaft wurden insgesamt verkauft.

Das prominenteste Frühstück fand mit den beiden Tatort-Kommissaren Dietmar Bär und Klaus J. Behrendt sowie gepa und Weltladen



**Klaus J. Behrendt und Dietmar Bär frühstückten im Kölner Weltladen** • Foto: Herby Sachs

Köln in einem Café in der Kölner Innenstadt statt. Mit ihrem Verein „Tatort – Straßen dieser Welt“ setzen sich die „Kommissare“ auch außerhalb der Fairen Woche für den Fairen Handel ein.

Nach dem reichhaltigen Frühstück stürmten die Schauspieler den Weltladen in der Schildergasse und deckten sich für die anstrengenden Drehaufnahmen mit fairen Leckereien ein. Die Presse folgte daraufhin ihrem Beispiel. Der Weltladen Schildergasse gestaltete Tag für



**Marienhof-Star Frank Töppers zu Besuch im Weltladen Fairkauf in München** • Foto: gepa

Tag ein besonderes Programm mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten. Als Lohn konnten sie nach der Woche eine Umsatzsteigerung von 25 Prozent und Artikel in allen Kölner Zeitungen (inkl. „Kölner Express“ und „Bild“) verbuchen.

Aber auch Wolfgang Seidenberg, alias „Frank Töppers“, aus der Vorabendserie Marienhof ließ es sich beim fairen Frühstück in München schmecken. Dabei überreichte ihm Heike Rahn vom Weltladen Fairkauf ein Päckchen des Agenda-Kaffees „München-Café“ für zu Hause.

In Berlin frühstückte die ehemalige Senatorin für Wirtschaft und Technologie, Juliane von



**Saarlands Ministerpräsident Peter Müller (r.)** • „Aachener Zeitung“ 26.09.01

Friesen, mit Vertretern und Vertreterinnen von Karstadt, TRANSFAIR und dem Weltladen „A Janela“. Dabei forderte sie die Berliner Verwaltung auf, intensiver den Fairen Handel zu unterstützen.

Die Senatorin schloss mit einem Aufruf an die Stadt: „Dieses Frühstück setzt ein Zeichen für die Weltoffenheit Berlins.“

Ich hoffe, dass immer mehr Berlinerinnen und Berliner ihr Herz und ihren Ge-

schmack für fair gehandelte Produkte entdecken!“

In Saarbrücken ging die saarländische Landesregierung mit einem fairen Frühstück gestärkt in ihre wöchentliche Kabinettsitzung. Der Weltladen „Kreuz des Südens“ bot mit Orangensaft aus Mexiko und Brasilien, Honig und Kaffee aus Mexiko sowie Tee aus Sri Lanka ein gesundes und faires Frühstücksbüffet.

## „Be professional!“

Der Weltladen-Dachverband rief die rund 850 Weltläden bundesweit auf, sich an dem Professionalisierungswettbewerb unter dem Motto „Be professional!“ zu beteiligen. 45 Weltläden reichten ihre Bewerbungen ein, die nach den Gesichtspunkten Ladenarbeit (Gestaltung, Organisation), Durchführung von Kampagnen und Aktionswochen (wie z.B. die Faire Woche), Werbung und Öffentlichkeitsarbeit bewertet wurden.

Auf dem Weltladentreffen in Bad Homburg zum Auftakt der Fairen Woche stand unter anderem der Professionalisierungswettbewerb im Mittelpunkt. Zu dem Treffen kamen 120 MitarbeiterInnen aus Weltläden, Importorganisationen und dem Weltladen-Dachverband.

Der internationalen Jury, die die einzelnen Läden besuchte und prämierte, gehörten die indische Produzentenvertreterin Vineeta



**Der Werbezug des Bremer Weltladens** • Foto: Weltladendachverband





**Vineeta Nair aus Indien** • Foto: Weltladendachverband

Nair, Pater Shay Cullen als Vertreter des philippinischen Kinderschutzzentrums PREDA, der honduranische Kaffeebauer Jorge Barra-laga (Präsident der Frente Solidario) und Elisabeth Dersch vom Fair Handelshaus Bayern an.

Gewinner waren die Weltläden in Bremen, Gerolzhofen, Köln, Murg und Schwabmünchen. Köln und Murg wurden für ihre Öffentlichkeits- und Pressearbeit prämiert. Gerolzhofen und Schwabmünchen überzeugten mit einer neuen repräsentativen Ladengestaltung und einem bestechenden Gesamtkonzept. Der Bremer Weltladen holte sich den Preis mit seiner plakativen Werbeaktion auf einer Bremer Straßenbahn, deren Linie am Weltladen vorbeiführt.

## Mangos gegen Kindesmissbrauch

Die Fairhandelsorganisation dritte-welt partner lud im Rahmen der Fairen Woche den für den Friedensnobelpreis 2001 nominierten Pater Shay Cullen nach Deutschland ein, um mit ihm bundesweit das öffentliche Interesse auf den Kindesmissbrauch und das von ihm gegründete philippinische Kinderschutzzentrum PREDA zu lenken. Die von den Medien stark beachtete Rundreise mündete in einer Vielzahl von Pressegesprächen und Radio-Interviews im ganzen Land.

PREDA bietet philippinischen Eltern die Möglichkeit, über den Fairen Handel mit getrock-

neten Mangos soviel Geld zu verdienen, dass diese ihre Kinder nicht mehr zur Prostitution missbrauchen müssen.

Höhepunkt war die Einladung zur Diskussion mit VertreterInnen des Menschenrechtsausschusses des Bundestages. Die Begrüßungsworte der Abgeordneten Karin Kortmann (SPD) und Peter Weiss (CDU) – beide hatten gemeinsam Pater Cullen für den Friedensnobelpreis vorgeschlagen – machten Mut und



**Pater Shay Cullen mit einer Packung getrockneter Mangos** • Foto: dritte-welt partner

stellten auch konkrete Hilfestellungen für PREDA und Shay Cullen in Aussicht. „Dies sind alles Riesenschweine“, betitelte der Bundestagsabgeordnete und frühere Arbeitsminister Dr. Norbert Blüm die in alle Welt reisenden Pädophilen. Der Gastronomiebetreiber im Deutschen Bundestag, Käfer, nahm spontan die getrockneten Mangos in sein Sortiment auf.



## Informations- und Ausschankaktionen rund um den Supermarkt

Zahlreiche Gruppen beteiligten sich an der Fairen Woche mit Informations- und Ausschankaktionen, die direkt in oder vor den Supermärkten stattfanden, die fair gehandelte Produkte führen. Meist wurde Kaffee angeboten. Interessierte konnten für zu Hause ein Probepäckchen TRANSFAIR-Kaffee oder Schokoladentäfelchen mitnehmen. Oftmals entstand eine produktive Team-Arbeit zwischen Marktleitern und Aktiven. Vollerorts bauten die Aktionsgruppen in Fußgängerzonen und auf Wochenmärkten Info-Tische auf, um so PassantInnen anzusprechen und zu informieren.

Besonders die katholische Frauengemeinschaft Deutschlands (kfd) gestaltete zahlreiche Supermarktaktionen und stellte dafür



**Hilde Brück von der lokalen Agenda mit ihrem Bauchladen im Kastellauner Zentrum. Mit dem mobilen Infotisch, der mit Faire Woche Falblätter und Giveaways ausgestattet war, konnte die lokale Agenda zwischen Weltladen, Wochenmarkt und REWE Supermarkt informieren.** • Foto: Christa Wendling



**Irmgard Jaehle (l.) und Ingeborg Dietsche (m.) von der kfd konnten auch die Polizei für den Fairen Handel begeistern • Foto: kfd**

gesondertes Aktionsmaterial zusammen. Insgesamt verschickte die kfd an ihre Aktiven 1.000 Materialmappen und 300 Supermarktsets.

In Viersen führte Rolf Berger von der lokalen Agenda 21 Gruppe bei Kaiser's einen Informationsstand zum Thema Fairer Handel durch und ließ Interessierte Kaffee probieren. Das Ergebnis: in einer Woche wurden 138 Pfund Pedro Kaffee verkauft. Die 100 prozentige Steigerung freute Herrn Berger sowie den Marktleiter.



**Werbebeilage von neukauf und aktiv markt in Süddeutschland mit einer Auflage von 2.000.000**

## Aktionen des Handels

Erstmals konnten bundesweit zahlreiche Handelsketten für eine gezielte „Werbung“ und Engagement für den Fairen Handel gewonnen werden.

Bundesweit führten die HL-, Minimal- und REWE-Märkte den neuen Orangensaft mit dem TRANSFAIR-Siegel ein.



**Werbeaktion bei REWE**

250 Spinnrad-Filialen informierten unter dem Motto „Umwelt und soziale Verantwortung“ mit Podestaktionen, Plakaten und Ausschankaktionen.

Die Kaufhof-Filialen in Hamburg, Hannover, Frankfurt und München führten Verkostungsaktionen durch.

Globus St. Wendel beteiligte sich mit 34 Märkten. Er bewarb offensiv die Faire Woche mit Handzetteln, Probierpreisen, Deckenhängern und Preisausschreiben.

Die CITTI-Märkte in Flensburg, Kiel, Lübeck und Berlin engagierten Werbedamen für Kaffeeverkostungen.



**Werbeaktion im CITTI-Markt**

Die Familia-Märkte und Lidl & Schwarz unterstützten die Faire Woche mit Handzettel-Werbung und Probierpreisen.

Tegut bewarb in der Kundenzeitschrift „marktplatz“ intensiv fair gehandelte Produkte.

Die Warenhäuser der Akzenta-Gruppe in Wuppertal, AEZ-Märkte in München, sowie Schmidt's Märkte im Schwarzwald beteiligten sich durch Zweitplatzierungen an der Fairen Woche.

Karstadt holte die Faire Woche im November nach. Mit Plakaten, Faltblättern und Inseraten in den Kundenzeitschriften machte Karstadt auf den Fairen Handel aufmerksam. Darüber hinaus wurden VerkäuferInnen geschult und ein Preisausschreiben gestartet.



**In der Essener Karstadt Filiale eröffnete der Kabarettist Herbert Knebel die Faire Woche und kostete die fairen Kaffeebohnen. Nach dem positiven Testergebnis überschüttete er danach Kundinnen mit guten Ratschlägen. • Foto Karstadt**



Der Gewinner oder die Gewinnerin wird eine Partnerorganisation in Costa Rica besuchen können. TRANSFAIR-MultiplikatorInnen und kfd-Frauen begleiteten die Aktion mit Informationsständen in den Supermarkt-Abteilungen.



FAIR-Siegel um. Bundestagsvizepräsidentin Anke Fuchs, die parlamentarische Staatssekretärin im Bundesentwicklungsministerium Uschi Eid und Jorge Barralaga von der honduranischen Kaffeekooperative CARCUCUIL schenkten den Abgeordneten persönlich die ersten Tassen fairen Kaffee und Tee ein.

Die Volkswagen AG bot auf Initiative des Betriebsrates in ihren Betriebsrestaurants Kaffee mit dem TRANSFAIR-Siegel an.

Die VW Serviceunit stellte auf der Betriebsversammlung vor 15.000 Mitarbeitern das faire Päckchen vor. Der niedersächsische Ministerpräsident Sigmar Gabriel probierte als erster den fairen Muntermacher. Der Kaffee wird in allen Betriebsrestaurants, SB-Shops in den Werken Wolfsburg, Salzgitter, Braunschweig, Hannover, Kassel und Emden angeboten.

VW plant, im nächsten Jahr mindestens 10 Tonnen fair gehandelten Kaffee an die Beschäftigten zu verkaufen. Der Rohkaffee für die VW-Eigenmarke kommt aus Kolumbien und Guatemala.



VW-Kantine in Wolfsburg • Foto: TRANSFAIR



Oben: **Faltblatt mit Preisausschreiben von Karstadt**

Unten: **Zweitplatzierung von gepa-Produkten der Kaufhof-Galeria in Hamburg** • Foto: gepa

## Faire Produkte in die Kantinen!

Anlässlich der Fairen Woche forderten die Veranstalter Firmenkantinen, Büros, Cafés, Hotels, Unimensen und Behördencafeterias auf, ihren Gästen Produkte aus Fairem Handel anzubieten.

Der Deutsche Bundestag folgte dem Aufruf und stellte die Gastronomie im Reichstagsgebäude auf Kaffee und Tee mit dem TRANS-



**„Die Bauern brauchen gerechte Preise, um überleben zu können,“ sagte Bundestagsvizepräsidentin Anke Fuchs. „Ich wünsche mir, dass mehr Großküchen in Firmenkantinen, Büros, Cafés, Hotels, Unimensen und Behördencafeterias dem Beispiel der Gastronomie des Deutschen Bundestages folgen und Ihren Gästen fair gehandelte Produkte anbieten.“**

• Foto: Claudia Brück, TRANSFAIR



Herr Hagen mit Mitarbeiterin bei Audi in Neckarsulm • Foto: TRANSFAIR

Gleichzeitig bot der Eine-Welt-Laden in Wolfsburg und das Forum „Nord-Süd-Zusammenarbeit“ fair gehandelten Kaffee von El Puente an, der mit dem Wolfsburger Stadt-Wappen versehen ist.

Des Weiteren führte der TRANSFAIR Lizenznehmer Hagen bei Audi in Neckarsulm eine Verkostung unter der Belegschaft durch. Zwar beliefert Hagen seit eineinhalb Jahren die Betriebskantine mit TRANSFAIR-Kaffee, jedoch ist dies

den meisten der 18.000 Mitarbeiter nicht bekannt gewesen.

Herr Hagen warb ebenfalls bei Wüstenrot in Ludwigsburg für Kaffee, Schokolade und Orangensaft aus dem Fairen Handel. Der Großteil der Belegschaft nahm die Informationen aus erster Hand von Produzentenvertreter Stanley Maniragaba aus Uganda begeistert auf und steht voll und ganz hinter der Idee des Fairen Handels.

## Aktionen in den Schulen

In zahlreichen Schulen – von Gymnasien bis Berufsschulen – engagierten sich SchülerInnen und LehrerInnen für den Fairen Handel. Das Fairtrade Mobil tingelte als mobiles Schulzimmer durch die Republik. Schulen übernahmen im eigenen Weltladen, der von Schülern geführt wird, das Programm der Fairen Woche und veranstalteten Informationsabende mit Ausschank und kulturellem Angebot.



Schüler des Söderblom-Gymnasiums zusammen mit Aktiven des Undugu-Ladens und dem Espelkamper Bürgermeister.

Z.B. engagierten sich Der Eine-Welt-Laden des Söderblom-Gymnasiums Espelkamp mit dem Undugu-Laden. Hier auf dem Foto ist Bürgermeister Vilker (hinten 3. v. links) zusehen, der die Schüler an ihrem Fair-Handelstag am 25.09.01 besuchte.

In der Fairen Woche stieg die Schulgemeinde der Karl-Ziegler-Schule in Mülheim auf Mülheimer Agenda Kaffee um. In einem eigens

eingerichteten Probiertübchen durften Neugierige ein Tässchen „Mülheimer“ testen. Während der ganzen Woche präsentierte die GEO AG der Karl-Ziegler-Schule und der Gemeindedienst für Mission und Ökumene der evangelischen Kirche eine Ausstellung über Kaffee, die nicht nur über viel Wissenswertes informierte, sondern auch die lokale Geschichte des Kaffees in Mülheim aufrollte.

Die Dritte-Welt-AG des Gelsenkirchener Berufskollegs organisierte ein reichhaltiges Büfett mit fairen Frühstücks-Beilagen. Der Überschuss aus der Frühstücksaktion fließt wie die Erlöse aus anderen Aktivitäten in die Schulprojekte in Kamerun.

Die Göppinger Kreisnachrichten vom 02.10.01 berichten von der Umstellung auf TRANSFAIR-Kaffee im Berufsschulzentrum. Die SchülerInnen hoffen damit einen Beitrag zur Armutsbekämpfung leisten zu können.



Bochumer Schüler gestalteten eine Plakatwand zum Thema Fairer Handel. Dabei auch der Agenda-Kaffee für Bochum.

## 100 Lehrer und Schüler frühstückten „fair“ in der Aula

Am Büfett der Dritte-Welt-AG des Berufskollegs Augustastraße

Eine 100 Schüler und Lehrer saßen sich am Freitagmorgen das „Jahre Frühstück“ in der Aula des Berufskollegs für Wirtschaft und Verwaltung schmecken.

Schließlich haben die vorher SchülerInnen die Differenzkassensatz der Klasse 12, die nennt der Dritte-Welt-AG der Schule managen, reichhaltige Käse und lecker Frühstücks-Beilagen, organisiert. Anzweifeln von Sähen, über Marmelade, Honig, Mülltüten, Kaffee und Tee hatten sie in

Weltladen in ihrer selbst bei der Donnerstag-Gepe entstanden. Alle Frühstücksgenossen hatten sich in den Tagen zuvor für den morgentlichen Schmecken sammeln müssen. Zehn Mark hat tag der Konsumierung. Falls ein wenig Geld übrig bleiben

**Erlöse aus Aktionen für Kamerun-Projekt**

wollen, was der Leiter der AG, Gerd Heilig hofft, bleibt es im Schulprojekt Kamerun. Davor finanziert das Ge-

meinschaftliche Berufskolleg für drei Jahre zwei Lehrer an einer Schule in Kamerun. Zusätzlich unterstützen die Schüler mit Erlösen von Aktionen noch vier weitere Schulen im selben Land – zwei staatliche und zwei kirchliche, betriebl. Heilig.

Mit einer der ersten größeren Aktionen seien Käse und Süßigkeiten, mit der letzten Fondus für ein Schulgebäude besorgt werden. „Speziell wollen wir helfen, dass diese Schulen vorrangig über eine Grundversorgung wie Kaffee, Bille oder auch Lebensmittel.“ Laß



Mal probieren? Jovana Becker, Sabina Wulke und Anja Harmsen (v.l.) die der „Jahre“ Frühstückskassensatz organisiert, präsentieren hier fast gehendste Information. WAZ-Bild: prusa-Image

WAZ vom 29.09.2001



PROJEKT / Fair gehandelter Kaffee im Berufsschulzentrum

## Beitrag gegen Armut

Bewusst Kaffee trinken – um einen Beitrag gegen Ausbeutung zu leisten. Das können Schüler und Lehrer nun im Berufsschulzentrum Öls.

SABINA HUGLISI

**GÖPPINGER** ■ In Zeiten der Globalisierung, lässt sich die Welt nicht in 1., 2., 3. und 4. Welt dividieren. Wir leben in der einen Welt und sind miteinander verbunden für deren Strukturen, begünstigen Wohlstand, bringen Natur im Engagement für den Kauf von fair gehandelten Produkten. Sie ist der Meinung, dass gerade die Institution Schule diesen wichtigen Bildungsertrag zu verfallen lässt.

Dieser Meinungserwartung bewusst, hat sich das Berufsschulzentrum für den Ankauf von fair gehandeltem Kaffee entschieden.

Schon im Sommer wählen Lehrer zusammen mit Schülern eine Kaffeebohne aus, die nun in die Tassen fällt. Gemeinsam mit der Initiative „Eine Welt/Göppinger Netzwerke“ hat sich die Schule engagiert, mit dem Projekt neue Impulse für das Konsumverhalten der Jugendlichen zu geben.

Im Rahmen der „Fairen Woche“, die bundesweit stattfand, besuchte Christa Kopp, Vorsitzende der Initiative „Eine Welt“, zusammen mit Gästen aus Öls eine Klasse des Wirtschaftsgymnasiums und der Hauswirtschaftlichen Berufsschule, um über fair gehandelte Produkte zu informieren.

„Ich finde es gut, dass wir nicht dem Kaufkraft von fair gehandeltem Kaffee in unserer Schule einen kleinen Beitrag zur Armutbekämpfung auf der Welt leisten“, freut sich Fynn, Schüler auf dem Wirtschaftsgymnasium.



Fair gehandelter Kaffee: Tränen anderer kommt im Berufsschulzentrum an der Öls gleich gar nicht in die Tasse. FOTO: GABRIEL CMLICCI

ter durch den Großgrundbesitzer, die Kalkschneidigkeit an den internationalen Kaffeeförsen.

Die Kaffeebohne erzählt die wahre Geschichte. Und warum sollte sie lügen? Denn letztendlich wird sie auf jeden Fall geröstet, gemahlen und aufgebührt ...

Die philippinische Theatergruppe PREDA / PETA tourte mit ihrem Stück „Es war einmal ein Traum“ durch Süddeutschland. Die Gruppe gastierte in über 15 Weltläden unter anderem auch in Stuttgart, Augsburg und Memmingen.

Göppinger Kreisnachrichten vom 02.0.01

## Faire Woche und Kultur

Nicht nur Informationsveranstaltungen und Ausschankaktionen drehten sich in der Woche um den Fairen Handel, auch auf Bühnen setzen sich Schauspieler und Zuschauer mit dem Thema auseinander.

Mit „Ay, ay, ay, Café“ gastierte das Teatro Vivo aus Guatemala in mehreren Städten wie Köln und Mülheim. Das zwei Personenstück erzählt die Geschichte des Kaffees aus der Sicht einer Kaffeebohne: die Kulturgeschichte des Kaffees, mit all den Legenden und Mythen, die sich um die Entdeckung des anregenden Gebräus ranken.

Aber Kaffee hat auch eine zweite Seite: Die Erinnerungen aus der Plantage kommen wieder hoch, die Unterdrückung der Arbeit-



Das Laienensemble PREDA begeisterte durch seine künstlerische Darbietung • Foto: dritte-welt partner



Die Kaffeebohne bei ihrer imaginären Reise durch die Welt

• Foto: exile



Gina Mecer und Anna Sison während der Aufführung von „Es war einmal ein Traum“

• Foto: dritte-welt partner

Die acht Laien-Schauspielerinnen stellten auf eindringliche Weise den Alltag von Kindern dar, die zur Prostitution gezwungen werden.

Mit ihrer künstlerischen Darstellungskraft beeindruckten sie das Publikum und gewannen das Herz der Zuschauer für ihr Projekt „Schutzengel mangos gegen Sextourismus“, das von Pater Shay Cullen geleitet wird.

## Potpourri der Aktionsvielfalt

Ein paar ausgewählte Einzelaktionen sollen an dieser Stelle die Kreativität und das Engagement der Aktiven dokumentieren.

Die Kolpingfamilie Pfronten unterhielt während der Fairen Woche einen „Eine-Welt-Laden“ in der Hauptschule. Orangensaft, Schokolade, getrocknete Mangos und Bananenchips konnten die SchülerInnen als Pausensnack kaufen.



Kolpingfamilie Pfronten

Die Katholische Frauengemeinschaft Deutschlands, das Kolpingwerk und die Katholische Arbeitnehmer-Bewegung haben die deutschen Bischöfe beim Eintreffen zur Herbstvollversammlung im Priesterseminar in Fulda mit Kaffee aus Mexiko und Guatemala begrüßt und jedem Bischof einen fair gehandelten Schokoriegel überreicht.

Das Agenda-Büro der Stadt Jülich sowie weitere Mitveranstalter der „Jülicher Eine-Welt-



Kaffeeausschank in Fulda • Foto: fkd

Wochen“ luden am 23. September 2001 zum „Tag des fairen Handels“ in das Glashaus des Jülicher Brückenkopfparks.

Ein Höhepunkt des bunten Programms, das von dem TRANSFAIR-Multiplikator Dieter Praas moderiert wurde, war die Verteilung von 225 fair gehandelten Fußbällen an Jülicher Schulen, Vereine, Jugendgruppen und -einrichtungen. „Das Verteilen dieser Bälle ist nicht das Ende einer groß angelegten Aktion, sondern der Anfang. Wir hoffen, damit etwas bewegen zu können und bei den Jüngsten das Bewusstsein für einen fairen Handel zu schaffen“, erklärte Dieter Praas.

Von August bis Ende September war im Brückenkopfpark eine Erlebnisausstellung für Kinder und Jugendliche aufgebaut, die ihnen unter dem Titel „Mercado Forestal“ die Anbauggebiete von Kaffee und Bananen plastisch näher brachte. Es wurde ein tropischer Regenwald nachgebildet, in dem die Kinder auf Forschungsreise gehen konnten.

Der Weltladen „Weltbrücke“ in Eichstätt veranstaltete ein Schaufensterparcour. In 15



Dieter Praas beim „Tag des fairen Handels“

Schaufenstern in Eichstätts Geschäften wurde ein fair gehandeltes Produkt vorgestellt.

Die Teilnehmer mußten die dazugehörigen Buchstaben zu einem Lösungssatz verbinden. Unter den Gewinnern wurden Einkaufsgutscheine in der Weltbrücke verlost. Außerdem hatte der Laden ein „Kaffeegespräch“ mit Prominenten wie u.a. Bischof Dr. Walter Mixa organisiert. Der Bischof von Eichstätt setzte sich dann auch in seinem Hirtenbrief zum Advent für die Unterstützung des Fairen Handels ein.



Kinder und Jugendliche im Brückenkopfpark



Die unterstützenden Organisationen stellten die Faire Woche in ihren Publikationen vor. Darüber hinaus wurden von einigen Akteuren zusätzliche Falblätter veröffentlicht, um damit gezielt auf Veranstaltungen vor Ort hinzuweisen und die Öffentlichkeit über die Faire Woche und ihre Ziele zu informieren.

Die Verbraucher Initiative produzierte 40.000 Beilagen mit Informationen über den Fairen Handel, die in 18 Stadtmagazinen mit einer Gesamtauflage von 640.000 Exemplaren veröffentlicht wurden. Zusätzlich wurden 35.000 Exemplare für örtliche Gruppen angefertigt.

Verschiedene Aktionsgruppen erstellten für die Faire Woche lokale Einkaufsführer, u.a. die Agenda-Gruppe Jülich und das Rüsselsheimer „Forum 5“ sowie die Verbraucherzentrale des Landes Bremen.

Die lokale Agenda 21 in Hannover veröffentlichte einen detaillierten Einkaufsführer, der über die Auflistung der Einkaufsmöglichkeiten für fair gehandelte Produkte hinausgeht. Alle Produkte des Fairen Handels, so auch Teppiche mit dem RUGMARK-Siegel, werden ausführlich beschrieben und mit Hinweisen auf den Handel versehen.





„Gerechtigkeit im Welthandel fördert nicht nur bescheidenen Wohlstand bei den Erzeugern, sondern zieht Demokratisierung nach sich. Das ist in unser aller Interesse. Die Menschen in der ‚Dritten Welt‘ verdienen unsere Solidarität. Daher wird im Schloss Bellevue und in der Villa Hammerschmidt nur Kaffee, Tee und Orangensaft mit dem TRANSFAIR-Siegel serviert. Die ausgezeichnete Qualität der Getränke haben diese Entscheidung schnell bestätigt.“

**Bundespräsident Johannes Rau**



**Bundesentwicklungsministerin Heidemarie Wieczorek-Zeul bei der Eröffnung der Fairen Woche in Berlin** • Foto: Michael Jaspers

„Die Bauern und Bäuerinnen brauchen gerechte Preise, um wirtschaftlich überleben zu können.“

Ich wünsche mir, dass viele Bürgerinnen und Bürger das vielseitige Angebot der Fairen Woche 2001 annehmen und sie zum Wohle der Produzenten im Süden zum Erfolg werden lassen.“

**Entwicklungsministerin  
Heidemarie Wieczorek-Zeul**

„Wir müssen den Agrarprotektionismus abbauen und unsere Märkte für Produkte aus den Entwicklungsländern öffnen.“

**Entwicklungsministerin  
Heidemarie Wieczorek-Zeul**



„Wir wollen den Fairen Handel auch über die Faire Woche hinaus ganz groß rausbringen. Mit der Kampagne ‚Wir handeln fair. NRW‘ fordern wir zur Solidarität mit den Produzentengruppen auf.“

**Bärbel Höhn**



**Klaus J. Behrendt beim Fairen Frühstück im Kölner Weltladen** • Foto: Herby Sachs

„Wir unterstützen den Fairen Handel, weil er Armut verhindert, indem die Menschen faire Preise für ihre Produkte erhalten. Daher sind sie nicht gezwungen, vom Land in die Slums der großen Städte abzuwandern.“

**Klaus J. Behrendt alias  
„Max Ballauf“ aus der Kölner Tatort-Reihe**

„Der Faire Handel hilft, Ungerechtigkeit in der Welt abzubauen. Daher sollten wir alle mitmachen.“ **Jean Pütz**



**Bärbel Höhn mit einem fairen Geschenkkorb**  
• Foto: NEWI



Innerhalb des Faire Woche Bündnisses wurde eine Pressegruppe eingerichtet, die die gemeinsame Pressearbeit zwischen den Bündnispartnern abstimmt. Die Pressegruppe war der Kontakt für die bundesweite Presse. Zusätzlich wurden die UnterstützerInnen vor Ort ermutigt, die Lokalredaktionen anzuschreiben.

Um den ersten Kontakt zu erleichtern, standen den Akteuren der Leitfaden für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und zahlreiche Musteranschreiben und -presseeinladung und -pressemittelungen zur Verfügung.

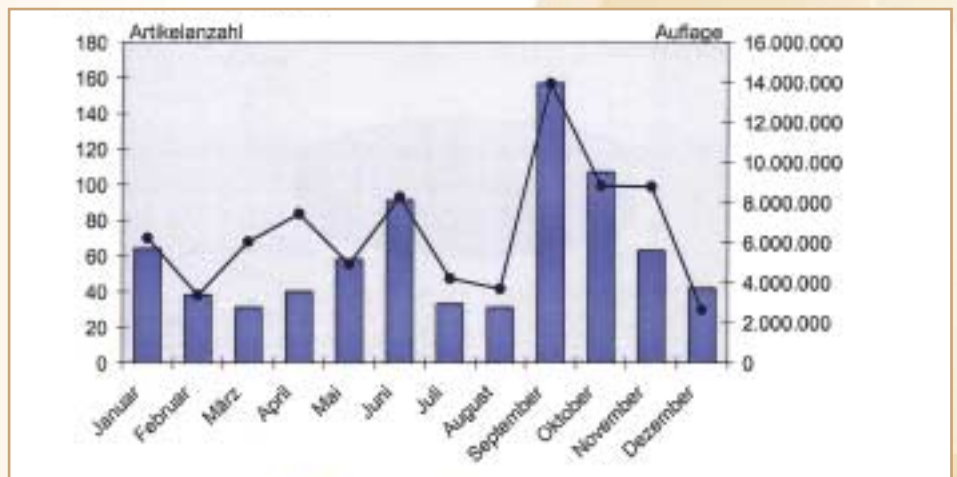
Schon drei Monate vor der Aktionswoche wurde die über 300 Pressekontakte in gezielten Anschreiben auf die Zielsetzung und die Eckpunkte der Fairen Woche aufmerksam gemacht;

- Es ergingen die ersten Einladungen zu den gemeinsamen Presseveranstaltungen,
- Große Tageszeitungen wurden aufgefordert, die Fairhandelsprojekte vor Ort zu besuchen,
- Lokalzeitungen wurden auf die Aktionen vor Ort hingewiesen,
- Mustertexte (z.B. Fairer Handel und Frauen; Fairer Handel und Weltwirtschaft; Fairer Handel und Ökologie, etc.) sollten die Zeitungen ermutigen, über die Hintergründe und Dimension des Fairen Handel zu berichten,
- In Radiostationen wurde ein Quiz rund um den Fairen Handel angeboten, die Preise wurden von den Fairhandelsorganisationen zur Verfügung gestellt.

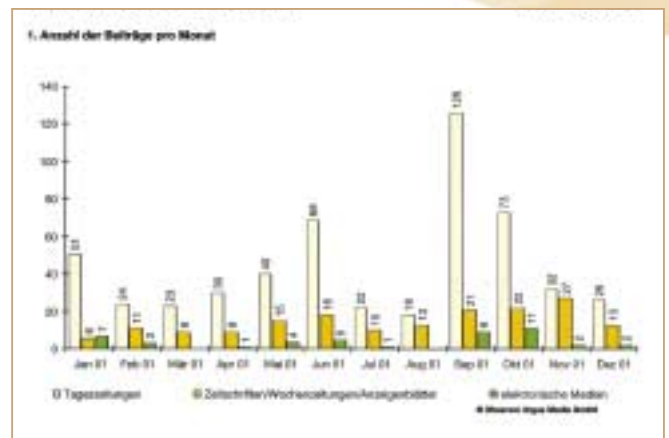
In der Fairen Woche wurden gemeinsame Presseeinladungen und -mitteilungen zur Eröffnungskonferenz am 21.9.; zum Empfang im Schloss Bellevue am 25.09. und nach der Abschlussveranstaltung am 1.10. verschickt.

Die gemeinsame Pressearbeit des Bündnisses zahlte sich aus.

Insgesamt berichteten allein im September 250 Zeitungen über die Faire Woche. Des Weiteren wurden 10 Fernseh- und 40 Radiobereiche zum Thema Fairer Handel ausgestrahlt.

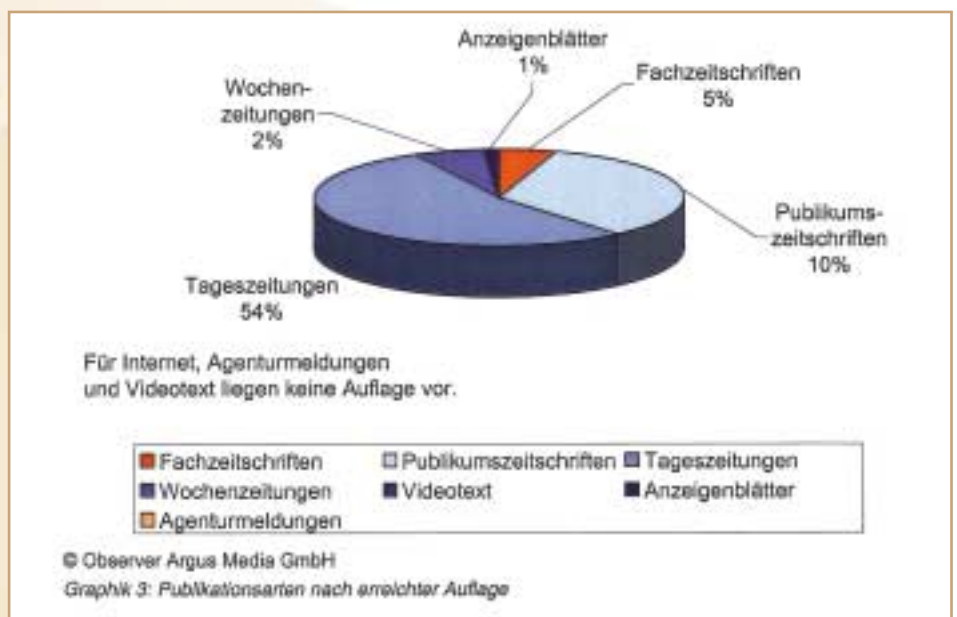


Aus der graphischen Darstellung von Observer Argus Media wird deutlich, dass im Aktionsmonat September die Auflage von über den Fairen Handel erschienenen Artikeln sprunghaft auf rund **14.000.000** anstieg.



Die Anzahl der Beiträge über den Fairen Handel nahm in allen Medien im September zu. Erkennbar ist auch, dass die Pressewirksamkeit der Fairen Woche sich für Artikel mit dem Thema Fairer Handel

bis in den Oktober sehr positiv auswirkte, so dass bei Zeitschriften und Wochenzeitungen sowie elektronische Medien ein leichter Zuwachs zu verzeichnen war.





„Fair kaufen ist besser als spenden“

Kaffee, Bananen, Reis: Aktionen zur bundesweiten Woche

2007. Ein kalter Winterabend nicht auf dem Tisch der Dillener Angerburg Kaffee aus Ecuador, Reis aus Indien, Pfeffer aus Sri Lanka, Weizen aus Argentinien. Ein Frühstück ist nicht nur nahrhaft, sondern auch ein Stück Welt. Und das ist die Idee der bundesweiten Aktionswoche „Fairer Handel“.

und Lebensbedingungen der Produzenten so wie deren Handelswert. Dabei helfen wir die Produktion mit dem fairen Kauf. Die Produktion ist nicht mehr ein abstraktes Konzept, sondern ein Mensch, der seinen Lebensunterhalt verdient. Er verdient es, seinen Lebensunterhalt zu verdienen, und das ist die Idee der bundesweiten Aktionswoche „Fairer Handel“.

Angsbunger Allgemeine 22.09.01

Fairer Handel ist raus aus der Nische

Die neun Essener Weltläden und 40 Eine-Welt-Initiativen liegen offensichtlich im Trend. Das zumindest geht aus einer Mitteilung des Evangelischen Stadtkirchenverbandes hervor. „Die Umsatzzahlen haben sich seit dem Start der Läden fast verdoppelt“, berichtet Pfarre

Neue Ruhr Zeitung 18.09.01

Fairer Handel als Waffe gegen den Terrorismus

„uno-terra-Läden“ feiert sein zehnjähriges Bestehen. KÖLN. „Wir verkaufen nicht nur den Kaffee aus Indien“, sagt Susann Müller (34) Geschäftsführerin von uno-terra in der Essener Beueler Straße. Der Verkauf ist eine gute Sache geworden. Denn für Kleinproduzenten aus der Dritten Welt, die auf dem Weltmarkt, sind Läden in dieser Form ein Weg zum Terrorismus in einem Land, das Wasser abzugeben.

Mittelbayerische Zeitung 01.10.01

Der faire Handel ist in der Öffentlichkeit bekannter, nennt Anna Siegel das Ziel der bundesweiten Aktionswoche. Sie ist die Leiterin der Dillener Angerburg Kaffee aus Ecuador, Reis aus Indien, Pfeffer aus Sri Lanka, Weizen aus Argentinien. Ein Frühstück ist nicht nur nahrhaft, sondern auch ein Stück Welt. Und das ist die Idee der bundesweiten Aktionswoche „Fairer Handel“.



Auch die Tübingen-Konzepte Klaus Böhler (l.) und Detlev Bär (r.) setzen sich dafür ein, dass die Verbraucher in Deutschland bald mehr faire Produkte kaufen können. Foto: Böhler

„Welt etwas gerechter machen“

WELTWIRTSCHAFT / Aktionswoche für fair gehandelte Produkte. Jeder kann beim Einkauf seinen Beitrag zu einer gerechteren Welt leisten. Das sagt Einzelhändlerin Susann Müller (34) Geschäftsführerin von uno-terra in der Essener Beueler Straße. Der Verkauf ist eine gute Sache geworden. Denn für Kleinproduzenten aus der Dritten Welt, die auf dem Weltmarkt, sind Läden in dieser Form ein Weg zum Terrorismus in einem Land, das Wasser abzugeben.

Kölnische Rundschau 25.09.01

Fairer Handel verhindert Armut

Auf dem Tisch stehen Orangensäfte, Bananen, Pfeffer aus Sri Lanka, Weizen aus Argentinien. Ein Frühstück ist nicht nur nahrhaft, sondern auch ein Stück Welt. Und das ist die Idee der bundesweiten Aktionswoche „Fairer Handel“.

Kiel frühstückt mit

Unter dem Motto „Frühstück mit der Welt“ laden die Dillener Angerburg Kaffee aus Ecuador, Reis aus Indien, Pfeffer aus Sri Lanka, Weizen aus Argentinien. Ein Frühstück ist nicht nur nahrhaft, sondern auch ein Stück Welt. Und das ist die Idee der bundesweiten Aktionswoche „Fairer Handel“.

Gutes Gewissen zum Frühstück

Die Deutschen haben ein Lieblingsgetränk: den Kaffee. Pro Jahr trinkt jeder Bundesbürger im Durchschnitt rund 180 Liter. Nur eben leider aus höchsten, künstlichen. Die Veranstalter der bundesweiten Aktionswoche „Fairer Handel“ wollen das ändern. Sie wollen, dass jeder ein Stück Welt auf dem Frühstückstisch hat.

Faire Woche 2001



Faire Händler hoffen auf Zuwachs

Ermutigende Bilanz einer ersten bundesweiten Aktionswoche: „Für alle das Beste – Fairer Handel“.

Mit dem Kaffee-Einkauf ein Stück die Welt „fair-ändern“

„Kaffeeparcours“ machte Weg von der Plantage in die Tasse nach erlebbar. Das ist die Idee der bundesweiten Aktionswoche „Fairer Handel“.

Wolfsburger Fair-Kaffee soll den Handel „fairstärken“

WOLFSBURG. „Nach dem Start der Läden“... Die Idee der bundesweiten Aktionswoche „Fairer Handel“ ist, dass jeder ein Stück Welt auf dem Frühstückstisch hat.

Mit dem Kaffee-Einkauf ein Stück die Welt „fair-ändern“

„Kaffeeparcours“ machte Weg von der Plantage in die Tasse nach erlebbar. Das ist die Idee der bundesweiten Aktionswoche „Fairer Handel“.

Südwest Presse 22.09.01

Kieler Express 22.09.01

Neue Osnabrücker Zeitung 01.10.01



Die Faire Woche startete unter erschwerten Bedingungen nach den Terroranschlägen des 11. September 2001.

Einige Veranstaltungen wurden daraufhin abgesagt. Bei den meisten Veranstaltern setzte sich eine „Jetzt-erst-recht“-Haltung durch.

Gerade der Faire Handel setzt ein Zeichen für eine gerechtere Welt und zeigt alternative Handelsstrukturen auf.

Und obwohl sich die Presse vor allem mit den Ereignissen in New York und seinen Folgen beschäftigte, gelang es den Veranstaltern der Fairen Woche und allen Aktiven zusammen, JournalistInnen für die Aktionswoche zu interessieren.

Trotz verstärkter Sicherheitsmaßnahmen und eines völlig veränderten Terminkalenders hielt Entwicklungsministerin Heidemarie Wiecek-Zeul ihre Zusage zur Teilnahme an der Pressekonferenz zum Auftakt der Fairen Woche aufrecht ebenso wie Bundespräsident Johannes Rau und viele Abgeordnete.

Die selbst gesteckten Ziele der Fairen Woche sind erreicht, bzw. übertroffen worden, z.B. verzeichnete das Fair Handelshaus gepa im Aktionszeitraum eine Umsatzsteigerung um neun Prozent.

Weitere aktive TRANSFAIR-Lizenznehmer gaben positive Rückmeldungen. BanaFair steigerte seinen Absatz um 20 Prozent.

dritte-welt partner Ravensburg ist vor allem von der Resonanz auf den Besuch Pater Cullens im Bundestag beeindruckt: mehrere Abgeordnete sicherten Pater Cullen ihre Unterstützung für sein Projekt „Mangos gegen Kindesmissbrauch“ zu. Der für die Bewirtschaftung des Bundestages zuständige Geschäftsführer von Feinkost Käfer Berlin GmbH stellte Pater Cullen die Abnahme getrockneter Mangos in Aussicht, um sie in Kürze im Abgeordnetenrestaurant anzubieten.

Der Weltladen-Dachverband bewertet die lokalen Zusammenschlüsse unter Weltläden und anderen Aktionsgruppen als sehr positiv. Etwa 2/3 der Weltläden haben sich an der Fairen Woche mit einer Vielzahl von Veranstaltungen begleitet von intensiver Pressearbeit beteiligt. So wurde zum Beispiel in Freiburg und zahlreichen anderen Städten aus Anlass der Fairen Woche ein Agenda-Kaffee eingeführt.

Abschließend waren sich alle Mitwirkenden und Beteiligten einig: **Die Faire Woche war ein voller Erfolg!**

Der Erfolg der Fairen Woche überzeugte die Veranstalter von der Sinnhaftigkeit der Aktionswoche. Das gemeinsame Auftreten der Handelsakteure ermutigte zahlreiche Ehrenamtliche, Hilfsorganisationen, Jugendverbände, Agendagruppen, Kirchen und Handelsorganisationen, sich ebenfalls für den Fairen Handel zu engagieren. So besteht der Wunsch nach einer Wiederholung im Jahr 2003.

Dabei müssen die Rahmenbedingungen, Koordinationsstelle, Bündnispartner und Themenschwerpunkte neu von allen Beteiligten diskutiert werden.

Zu wünschen bleibt, dass für eine nächste Aktionswoche das vielseitige Engagement der UnterstützerInnen wiederholt werden kann und der Faire Handel zum Wohle der Produzentengruppen in Afrika, Asien und Lateinamerika im Alltag der KonsumentInnen hierzulande Fuß fasst.

In diesem Sinne beginnt mit dem Abschluss der Dokumentation der Fairen Woche 2001 auch schon die Vorbereitung zur nächsten Aktionswoche.

In 2002 kann die Siegelinitiative TRANSFAIR ihr 10 jähriges Jubiläum feiern.

Unter dem Motto „Tütenzauber – Deutschland kauft fair“ sind vielfältige Aktionen geplant.

Informationen erhalten Sie im TRANSFAIR Büro.



TRANSFAIR e.V. · Remigiusstr. 21 · 50937 Köln · Tel: 0221-94 20 40-0 · Fax: 0221-94 20 40 40  
E-Mail: [info@transfair.org](mailto:info@transfair.org) · [www.transfair.org](http://www.transfair.org)



Weltladen-Dachverband e.V. · Hindenburgplatz 2 · 55118 Mainz · Tel: 06131-689 07-80 · Fax: 06131-689 07-99  
E-Mail: [info@weltlaeden.de](mailto:info@weltlaeden.de) · [www.weltlaeden.de](http://www.weltlaeden.de)



gepa mbH · Gewerbepark Wagner · Bruch 4 · 42279 Wuppertal · Tel: 0202-266 83-0 · Fax: 0202 - 266 83-10  
E-Mail: [zba@gepa.org](mailto:zba@gepa.org) · [www.gepa3.de](http://www.gepa3.de)



BanaFair e.V. · Langgasse 41 · 63571 Gelnhausen · Tel: 06051-83 66-0 · Fax: 06051-83 66-77  
E-Mail: [info@banafair.de](mailto:info@banafair.de) · [www.banafair.de](http://www.banafair.de)



EL PUENTE GmbH · Hildesheimer Straße 59 · D-31177 Harsum - Asel · Tel: 05127-988 60-0 · Fax: 05127-988 60-28  
E-Mail: [info@el-puente.de](mailto:info@el-puente.de) · [www.el-puente.de](http://www.el-puente.de)



Fair Trade Verein\* · Gewerbepark Wagner · Bruch 4 · 42279 Wuppertal · Tel: 0202-64 89-221 · Fax: 0202-64 89-235  
E-Mail: [info@fairtrade.de](mailto:info@fairtrade.de) · [www.fairtrade.de](http://www.fairtrade.de)



dritte-welt partner GmbH · Deisenfangstr. 31 · 88212 Ravensburg · Tel: 0751-361 55-0 · Fax: 0751-361 55-44  
E-Mail: [info@dwp-rv.de](mailto:info@dwp-rv.de) · [www.drittweltpartner.de](http://www.drittweltpartner.de)

\* Der Verein stellt zum 30.04.02 seine Arbeit ein.